

Karta opisu zajęć - Sylabus			
Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu			
I. INFORMACJE PODSTAWOWE			
Nazwa zajęć: Zarządzanie sprzedażą		Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2023/2024	
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Zarządzanie II stopnia, profil praktyczny			
Język wykładowy: polski i angielski		Rodzaj zajęć: zajęcia kształcenia kierunkowego	
Rok studiów: I		Semestr: 1	
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 3		Koordynator zajęć Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail:	
Jednostka organizacyjna: Instytut Ekonomii i Zarządzania			
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN			
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:			
Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:	15	Wykład:	
Ćwiczenia:		Ćwiczenia:	
Laboratorium:	30	Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki zawodowe:		Praktyki zawodowe:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	45	RAZEM:	
II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE			
Wymagania wstępne i dodatkowe: student posiada wiedzę z zakresu zarządzania organizacją oraz marketingu			
Cel (cele) kształcenia dla zajęć: celem modułu kształcenia jest poznanie wiedzy z zakresu sprzedaży oraz form handlu, a także wykształcenie u studentów umiejętności w zakresie zarządzania podstawowymi procesami sprzedażowymi, w szczególności zastosowania odpowiednich narzędzi i technik sprzedaży			
EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW			
Efekty uczenia się określone dla zajęć w kategorii wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne oraz metody weryfikacji efektów uczenia się			
UWAGA: Dzielimy efekty uczenia się określone dla zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Określone dla zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą one od formy zajęć.			
Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:		
Wiedzy - zna i rozumie			
ZS_W01	pojęcie i funkcje sprzedaży oraz istotę i formy handlu, a także organizację procesu sprzedaży i techniki sprzedaży		
Umiejętności - potrafi			

ZS_U01	organizować proces sprzedaży i zarządzać nim (dobrać odpowiednie metody i techniki sprzedaży)			
ZS_U02	proponować odpowiednie rozwiązania w zakresie zarządzania sprzedażą			
Kompetencji społecznych - jest gotów do				
ZS_K01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności oraz ich doskonalenia w zakresie zagadnień dotyczących zarządzania procesem sprzedaży			
UWAGA! Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne.				
TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA				
Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się *	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć #
		wykład		
TP-01	(The essence sales management). Proces sprzedaży. Rola i funkcje handlu. Modele i style sprzedaży		wykład podający z prezentacją multimedialną	zaliczenie pisemne
TP-02	Rola i znaczenie personelu sprzedaży (zakres sprzedaży osobistej, rodzaje sprzedawców; proces zarządzania personelem sprzedaży)		wykład podający z prezentacją multimedialną	zaliczenie pisemne
TP-03	Strategie sprzedaży (istota i elementy strategii sprzedaży; techniki sprzedaży analiza sytuacyjna; założenia strategii). (Sales management strategies)		wykład podający z prezentacją multimedialną	zaliczenie pisemne
		laboratorium		
TP-04	Organizacja procesu sprzedaży (wybór rodzajów sprzedawców; organizacja działu sprzedaży; techniki sprzedaży, określanie liczebności i dobór personelu, wynagrodzenie)		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-05	Efektywna i profesjonalna obsługa klienta, Badanie efektywności sprzedaży		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium

TP-06	Skuteczne poszukiwanie i wybór kluczowych klientów. Negocjacje handlowe i kontakt z kluczowymi klientami.		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-07	Telemarketing jako nowoczesna forma pozyskiwania klientów		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-08	Opracowywanie strategii sprzedaży.		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	aktywność, ocena zadania projektowego

Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.

Dla wykładu:

* np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy

np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt

Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć.

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):

1. G. Sobczyk: Zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwie handlowym i usługowym, PWE, 2010.
2. B. Tracy, Zarządzanie sprzedażą, MT Business, Warszawa 2020.
3. R. Grzybek, Sprzedaż osobista i zarządzanie zespołem sprzedaży, Onepress, Gliwice 2015.

Literatura uzupełniająca:

1. C. Holmes, Zarządzanie sprzedażą. Praktyki najlepszych, najskuteczniejsze metody sprzedaży i budowania więzi z klientami; Wyd. MT Biznes, 2008.
2. J. Jordan, Przełom w zarządzaniu sprzedażą. Sekrety skutecznego zarządzania sprzedażą, Harvard Business School Press, 2014.

III. INFORMACJE DODATKOWE

BILANS PUNKTÓW ECTS

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)

Forma aktywności	Liczba godzin *
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	45
Praca własna studenta	30
SUMA GODZIN:	75

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)

		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 3	1,8
	Praca własna studenta		1,2

* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;

OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:

Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej.

Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.

- przygotowanie do zaliczenia z wykładów (ZS_W01) - 10 godz.
- przygotowanie do ćwiczeń, case study, zadania projektowego oraz do kolokwiów (ZS_U01, ZS_U02, ZS_K01) - 15 godz.

KRYTERIA OCENIANIA

Ocena kształtująca:

wykład – dyskusja

laboratorium – obserwacja realizacji zadań (studium przypadku, ćwiczeń oraz zadań cząstkowych związanych z realizacją zadania projektowego)

Ocena podsumowująca:

wykład – pisemne zaliczenie

laboratorium – sprawdzenie poprawności wykonania zadań cząstkowych (ocena studium przypadku, analiza i ocena ćwiczeń, zadania projektowego oraz ocena kolokwiów)

INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ

Zajęcia są przygotowywane do kształcenia na odległość